Case postale 940
Tracadie (N. B.) CANADA
E0C 2B0

CEEP

GUIDE

"COMMENT DÉBUTER SON ENTREPRISE"

Publié par:

Commission d'expansion économique de la Péninsule Inc.
C.P. 940
Tracadie-Sheila (N.-B.)
E0C 2B0
(506) 395-2261
1-800-561-2203

Février 1992

TABLE DES MATIERES

1. INTRODUCTION 1

2. ETAPE 1: EVALUATION PERSONNELLE 2

3. ETAPE 2: CLARIFIER VOTRE IDÉE 4

4. ETAPE 3: EN PARLER AVEC LES AUTRES 5

5. ETAPE 4: RECHERCHE SUR LE MARCHE 6

6. ETAPE 5: ECRIRE UN PLAN D'AFFAIRES 10

7. ETAPE 6: OBTENIR LE FINANCEMENT 13

8. CONCLUSION 15

9. APPENDICE 16

Commission d'expansion économique de la Péninsule Inc. 17
Agence de promotion économique du Canada atlantique (APECA) 19
Ministère du Développement économique et Tourisme 20
Ministère du Développement économique et Tourisme 21
Banque fédérale de développement (BFD) 22
Consultation au Service des Entreprises (CASE) 24
Banques à charte 25
Chambres de Commerce 26
Firmes comptables de la Péninsule 27
Librairies 28
Information sur la réglementation et demande de licence 29
Ministère de la Justice 29
Consommation & Corporation Canada 29
Ministère de l'Enseignement supérieur et du Travail 30
Revenu Canada - Impôt 31
Revenu Canada - Accise 31
Commission des accidents du travail 32
Ministère des Municipalités, Culture et Habitation 32
Ministère de l'Environnement 32
Corporation d'information géographique du N.-B. 33
Information - Taxe sur les produits et services (T.P.S.) 33

10. RÉFÉRENCES 34

INTRODUCTION

Ce livret, préparé par la Commission d'expansion économique de la Péninsule Inc., a été conçu pour vous aider dans les étapes de planification de votre nouvelle entreprise. Il soulignera brièvement les étapes comprises dans la formation d'une entreprise en plus de donner une liste de toutes les sources d'information disponibles.

Ce livret ne prétend pas être un guide complet concernant la planification d'une entreprise. Cependant, il est espéré qu'il facilitera le processus d'acquisition d'information et, comme tel, pourra contribuer à l'établissement d'une nouvelle entreprise couronnée de succès dans notre région.

ETAPE 1: EVALUATION PERSONNELLE

La première chose qu'une personne voulant fonder une nouvelle entreprise doit déterminer est si elle possède le potentiel pour devenir gérant/propriétaire. Avant de vous engager dans quoi que ce soit, vous devez décider si vous êtes prêt ou non à entreprendre la tâche exigeante d'établir et de diriger une entreprise.

Au début, vous devrez certainement sacrifier beaucoup de votre temps et de votre argent pour lancer votre entreprise. Même après que vous serez bien établi, des problèmes surgiront et vous devrez être en mesure de les résoudre rapidement et efficacement.

Il ne faut surtout pas oublier que diriger une entreprise est une occupation à temps plein. Des journées de douze heures et plus de travail seront souvent nécessaires.

Demandez-vous les questions suivantes. La manière dont vous répondrez à celles-ci devrait vous aider à décider si vous êtes prêt à vous lancer en affaires:

- Ai-je assez de connaissances concernant le type d'entreprise que je veux établir?
- Ai-je une idée précise de ce que je veux faire?
- Suis-je prêt à sacrifier du temps et de l'argent pour que mon entreprise réussisse?
- Ai-je le support total de ma famille?
- Ai-je une source secondaire de revenu pour m'aider durant ma période de lancement initial?
- Est-ce que j'ai discuté de mon projet avec un avocat, un comptable et un banquier?

Il semble que la plupart des entrepreneurs ont certaines caractéristiques en commun:

- une grande confiance en soi

- beaucoup d'ambition
- une aversion à la routine
- l'habileté de prendre des risques calculés
- un degré élevé d'habileté concernant la résolution de problèmes

Ceci ne veut pas dire qu'il faut posséder toutes ces caractéristiques pour devenir un bon entrepreneur. Par contre, la possession de tous ces traits ne garantit nécessairement pas le succès de votre entreprise. Mais attention, si vous possédez aucun de ces traits, il serait peut-être sage de reconsidérer votre entrée dans le monde des affaires.

ETAPE 2: CLARIFIER VOTRE IDÉE

Si vous décidez finalement que vous possédez ce qu'il faut pour faire fonctionner une entreprise avec succès et que vous êtes prêt à accepter les risques qui accompagnent cette décision, alors vous pouvez commencer à mettre vos idées sur papier.

Votre première tâche est de concevoir un bref sommaire de votre idée pour une entreprise en une ou deux phrases. Cela peut vous semblez sans importance, mais un sommaire concis et précis de votre entreprise est une nécessité avant de commencer un plan d'action. Cela vous donnera quelque chose sur lequel concentrer vos efforts.

En fait, vous pouvez être surpris de voir comment il est difficile de résumer votre idée d'entreprise en une seule phrase. Un exemple de résumé d'une entreprise fabricant des "widgets" peut se lire comme suit:

"ATLANTIC WIDGET CORP." EST UNE COMPAGNIE INCORPORÉE AU NIVEAU PROVINCIAL ET QUI S'OCCUPE DE LA CONCEPTION, DE LA FABRICATION ET DE LA MISE EN VENTE DE "WIDGETS" D'UNE TROISIÈME GÉNÉRATION POUR L'INDUSTRIE DE L'INFORMATIQUE.

ETAPE 3: EN PARLER AVEC LES AUTRES

Avant d'aller plus loin, vous devriez fixer des rendez-vous préliminaires avec chacun des trois professionnels qui vont éventuellement devenir vos collègues les plus importants pendant votre carrière en affaires:

1 - Votre comptable - consultation concernant les impôts, comptabilité, etc.

2 - Votre avocat - contrats, incorporation, conseil, etc.

3 - Votre banquier - financement, programmes d'épargne, etc.

Quand vous choisissez un comptable, un avocat ou un banquier en particulier, pensez-y comme si vous êtes en train de former une équipe. Ils ne verront pas toujours les choses comme vous; cependant, ce sont des experts dans leur domaine et leurs conseils peuvent être indispensables pendant le lancement de votre entreprise.

Il y a plusieurs autres experts avec lesquels vous voudrez vous entretenir. L'appendice en énumère plusieurs. N'oubliez pas que vous ne pouvez jamais avoir trop d'information sur votre entreprise. Tout ce que vous recueillerez pourra éventuellement vous aider à prendre de meilleures décisions.

ETAPE 4: RECHERCHE SUR LE MARCHE

Votre prochaine tâche sera de faire de la recherche préliminaire sur le marché. Premièrement, nous allons réviser quelques concepts de base de commercialisation (marketing).

La commercialisation peut être définie comme "la performance des activités qui cherchent à accomplir les objectifs d'une organisation en anticipant les besoins du consommateur ou client et en dirigeant une affluence de biens ou services qui satisferont les besoins à partir du producteur au consommateur ou client." Une définition moins formelle fut avancée par Peter Drucker qui déclare "il y aura toujours un besoin de vendre. Mais le but de la commercialisation est de connaître et de comprendre le consommateur si bien que le produit ou le service se vend tout seul. Idéalement, le résultat de la commercialisation devrait être un consommateur qui est prêt à acheter. Alors, tout ce qui devrait manquer, c'est de rendre disponible le bien ou service voulu..."

Beaucoup de gens croient que s'ils ont un "bon" produit ou service, ce dernier se vendra "tout seul". Ceci n'est pas toujours le cas. La définition mentionnée ci-dessus suggère qu'au lieu de faire un produit spécifique et d'essayer de le vendre à certains consommateurs, vous devriez avant tout identifier un groupe de consommateurs avec des caractéristiques en commun, et par la suite, faire votre produit pour satisfaire leurs besoins spécifiques.

Ceci nous mène aux deux plus importants concepts dans le domaine de la commercialisation, les soi-disant marché-cible et la commercialisation mixte (marketing mix). Un marché cible a été défini comme "un groupe de consommateurs passablement homogènes auxquels une compagnie souhaite plaire." La commercialisation mixte est "les variables contrôlables que la compagnie combine pour satisfaire au groupe cible."

Les quatre variables principales de la commercialisation mixte sont:

1 - Produit - est-ce le bon pour le groupe cible?

2 - Prix - est-ce que les consommateurs visés peuvent se permettre de l'acheter?

3 - Lieu - comment allons-nous faire parvenir le produit au consommateur?

4 - Publicité - quel genre de publicité aura le plus de succès?

Ces quatre variables doivent être considérées quand vous voulez faire la vente d'un produit quelconque.

Illustrons le concept de commercialisation à l'aide d'un exemple. Imaginez que vous êtes dans le domaine de la fabrication d'automobiles. Il est évident que différents types de gens ont différents goûts et raisons d'acheter une automobile. Alors, vous devrez diviser tout le marché de consommateurs potentiels en de plus petits groupes ayant des caractéristiques semblables (marché-cible).

Par exemple, vous pourriez décider de plaire à un groupe cible que nous allons appeler les "yuppies", c'est-à-dire de jeunes professionnels urbains. Vous pourriez déterminer que la plupart des gens dans ce groupe ont les caractéristiques suivantes en commun:

- tous sont âgés de 25 à 40 ans
- tous sont orientés vers le succès et conscients du prestige
- 70% ont au moins une année d'éducation universitaire
- la plupart ont un salaire de 30 000$ et plus
- 75% sont mariés ou vivent avec quelqu'un
- 60% ont un ou plusieurs enfants
- la plupart voyagent beaucoup (soit pour le travail ou le plaisir)

Maintenant que vous avez défini votre "marché-cible", votre prochaine étape est d'ajuster vos quatre variables de commercialisation mixte pour satisfaire aux besoins de ce groupe en particulier. Dans l'exemple, la commercialisation mixte pourrait ressembler à ceci:

Produit

- devrait avoir un style européen, beau poli et un intérieur fonctionnel pour plaire au goût du prestige des yuppies
- la qualité du travail et de la fiabilité sont important à ce groupe cible
- devrait être luxurieuse mais avec une allure "sport"
- devrait avoir de l'espace pour deux adultes et leurs enfants

Prix

- un bas prix n'est pas un facteur décisif pour ce groupe cible
- un prix allant de 18 000$ à 30 000$ est raisonnable pour ce niveau de revenu

Lieu

- un réseau national de concessionnaires est absolument nécessaire pour offrir des ventes et services
- les voitures devraient être moins accessibles que les autres voitures (c'est-à-dire, moins de voitures fabriquées) pour augmenter leur caractère désirable pour le groupe cible

Publicité

- les annonces publicitaires devraient être constituées d'acteurs qui représentent un style de vie "yuppies" et devraient montrer comment ce type d'automobile convient bien à ce style de vie
- le message devrait transmettre le fait que les gens qui réussissent bien conduisent ce genre d'automobiles
- devrait être concentré dans les médias écrits et à la radio puisqu'ils sont généralement plus populaires auprès des gens occupés (les gens occupés ont moins de temps pour la télévision)

Recueillir de l'information sur votre marché-cible est beaucoup plus facile que vous pouvez le penser. Par exemple, vous pourriez décider d'interviewer plusieurs "yuppies" et leur demander ce qu'ils cherchent quand ils achètent une automobile. Vous voudrez leur demander des questions au sujet des caractéristiques, du prix, de l'image, etc...

Si vous voulez être plus précis et scientifique dans le processus de recherche commerciale, vous pouvez vouloir le faire monter professionnellement. Les firmes de recherche commerciale se spécialisent dans ce genre d'activité et leur travail est très précis et impartial.

Vous devriez faire tous les efforts pour recueillir le plus d'information possible concernant vos futurs clients avant d'entrer en affaires. Le plus vous en connaitrez sur les besoins individuels de vos clients, plus il sera facile pour vous de satisfaire leurs besoins. Une partie de l'information que vous aurez recueillie pourra même vous surprendre.

ETAPE 5: ECRIRE UN PLAN D'AFFAIRES

Maintenant que vous avez terminé vos recherches préliminaires et discuté de l'idée avec d'autres personnes, vous pouvez commencer à concevoir un plan formel pour vous aider dans l'opération de votre entreprise.

Plusieurs propriétaires de nouvelles entreprises sont convaincus que la planification est une perte de leur temps précieux. Ils voient tout le processus de planification comme un travail plutôt vague qui implique beaucoup de suppositions et de contemplation dans une boule de cristal. Rien ne pourrait être plus loin de la vérité.

La planification est un processus très systématique de recueil d'information qui résulte en un plan d'action concis appelé plan d'affaires. Selon l'écrivain William Osgood, un plan d'affaires est "une description écrite de votre idée d'affaires et de l'information financière et autres projections qui quantifient les implications des composantes écrites du plan".

Le plan d'affaires sert à deux fonctions principales. Premièrement, il vous aidera à mettre sur papier ce qui était auparavant que dans votre esprit. Cela vous obligera à examiner en détail tous les aspects de l'entreprise proposée incluant vos produits/services, la compétition, les méthodes de production, la commercialisation, la distribution ainsi que toutes les considérations financières relatives au projet.

Deuxièmement, un plan d'affaires sera votre seul et plus important document lorsque vous approcherez les gouvernements pour des octrois ou quand vous essayerez d'obtenir toutes autres formes de capital. Un plan bien formulé montrera à tous prêteurs/actionnaires potentiels que vous avez clairement pensé à tous les aspects de votre idée et que vous savez exactement ce qu'il faut pour réussir.

Une table des matières pour une entreprise manufacturière pourrait ressembler à ceci:

Figure 1. PLAN D'AFFAIRES D'UNE NOUVELLE INDUSTRIE MANUFACTURIERE

1 - INFORMATION DE BASE

a) définir l'opportunité
b) quels produits seront fabriqués
c) principaux fonctionnaires et leurs qualifications
d) l'administration
e) structure de la compagnie, les actionnaires et les directeurs
f) lieu de localisation de l'usine

2 - DÉTAILS MANUFACTURIERS

a) le processus de fabrication
b) plans et dessins
c) bâtiments
d) machinerie et équipement
e) affluent et disposition des déchets
f) matières premières, composantes, fournitures et énergie

3 - EMBAUCHE ET FORMATION DE LA MAIN D'OEUVRE

a) embauche
b) formation
c) relations avec la main d'oeuvre

4 - COMMERCIALISATION ET VENTE

a) études du marché
b) secteur du marché
c) part du marché
d) plan du marché et prévisions des ventes
e) marché général
f) votre marché

5 - LE FINANCEMENT DE VOTRE PROJET

a) définir les besoins financiers de votre projet
b) exigences de capitaux
- bâtiment
- machinerie et équipement
- terrain
- fonds de roulement
- frais de mise en marche

c) rencontrer les besoins financiers de votre projet
   - intérêt des créanciers et des propriétaires
   - programmes stimulants fédéraux et provinciaux et/ou garanties d'emprunts
   - emprunts bancaires (court terme)
   - emprunts à long terme
d) sommaire des sources et applications pour fonds

6 - ÉTATS FINANCIERS EXIGÉS

a) sources et application pour fonds
b) bilan
c) état des résultats pro-forma
d) prévision des flux monétaires
e) rendement du capital investi

Plusieurs livres, manuels et pamphlets ont été écrits pour expliquer comment développer un plan d'affaires et sont disponibles chez une variété de sources. Il y a une liste de documentations localement dans l'appendice de ce manuel.

ETAPE 6: OBTENIR LE FINANCEMENT

Avant de finaliser votre plan d'affaires, vous devriez aussi étudier toutes les sources de financement qui vous sont disponibles telles que:

1. Ressources privées

Celles-ci incluent

- épargnes personnelles
- famille
- amis
- personnes riches
- employés, etc...

2. Banques à charte

Selon le "Financial Post", les banques à Charte sont "traditionnellement caractérisées comme étant des fournisseurs à court terme ou à crédit saisonnier pour de petites et moyennes entreprises."

Il est important de se rappeler que les banques ne sont pas dans le domaine de prendre des risques. La banque de Montréal spécifie que "le premier devoir d'un banquier est de protéger l'argent de ses actionnaires et les placements des déposants de la banque en ne faisant que de bons prêts... c'est donc à vous de convaincre le banquier que vous (et votre entreprise) êtes un bon risque."

3. Organisations de capitaux de risque

Ces investisseurs sont dans le domaine de procurer des fonds pour des entreprises de toutes grosseurs, habituellement en échange d'actions ordinaires. Généralement des sommes d'au moins 100 000$ sont impliquées, alors les firmes vont habituellement exiger une grande proportion des actions participantes (souvent une majorité de ces actions) ainsi qu'un siège sur le conseil d'administration avec des pouvoirs spéciaux au cas où l'entreprise deviendrait soudainement non-profitable.

La demande de fonds est habituellement faite en entrant en contact avec l'organisation de capitaux de risque et en leur envoyant une copie de votre plan d'affaires ainsi que le formulaire de demande de fonds. Pour le bon type d'entreprise, des capitaux de risque sont une bonne source de financement majeur. Par contre, le besoin immédiat de capital devrait être considéré avec soin dû à la perte d'autonomie dans le contrôle de votre entreprise.

4. Aide gouvernementale

Selon le type d'entreprise que vous planifiez, vous pouvez obtenir de l'aide gouvernementale. Les détails de tous les programmes d'aide gouvernementale sont inclus dans l'appendice.

5. Autres sources

Les autres sources de capital que vous pourriez étudier sont: les compagnies d'assurances, les sociétés de fiducie, les marges de crédit, etc... Vous devriez consulter votre comptable à ce sujet.

CONCLUSION

L'information précédente vous donnera une indication des démarches qui sont impliquées quand vous voulez lancer une nouvelle entreprise. L'appendice qui suit donne une liste de ministères gouvernementaux et autres agences que vous aurez besoin de contacter avant que votre entreprise devienne une réalité.

Si vous avez besoin d'aide, n'hésitez pas à contacter la Commission d'expansion économique de la Péninsule Inc.

Bonne Chance!

APPENDICE

Commission d'expansion économique de la Péninsule Inc.

439, rue du Moulin
C.P. 940
Tracadie-Sheila (N.-B.)
Canada E0C 2B0
Téléphone: (506) 395-2261
1-800-561-2203

But:

Le but de la Commission est de procurer un service de développement économique pour la Péninsule acadienne. Elle vise à encourager et à aider l'établissement ou l'expansion d'entreprises de tous genres qui sont susceptibles de bénéficier la région.

La Commission est subventionnée par la province du Nouveau-Brunswick par l'entremise du ministère du Développement économique et Tourisme, et par les municipalités participantes. Elle est une corporation indépendante et non pas une agence gouvernementale. Ses directeurs sont appointés par les municipalités participantes. Les services de la Commission sont gratis.

La Commission peut:

- fournir l'information complète sur tous les programmes d'encouragement du gouvernement fédéral et provincial;
- aider à remplir les formulaires pour les primes d'encouragement;
- agir comme liaison entre les agences municipales, provinciales et fédérales ainsi que les ministères des gouvernements;
- rassembler les compagnies intéressées à des entreprises conjointes ainsi que des acheteurs et vendeurs de propriétés industrielles et commerciales;
- aider à obtenir du financement à long terme;
- aider à localiser le terrain et/ou bâtiment convenable pour des clients;
- vérifier le zonage et les règlements sur la planification municipale;

- donner des conseils généraux sur tous les aspects du lancement, fonctionnement et de l'expansion d'une entreprise dans la région;

- accomplir tout autre service qui semble nécessaire.

Publications

- Répertoire
- Profils des municipalités de la région
- Information sur tous les parcs industriels de la région

Agence de promotion économique du Canada atlantique (APECA)

770, rue Main, 10e étage
C.P. 6051
Moncton (N.-B.)
E1C 9J8
Téléphone: 1-800-561-7862 (sans frais)

But:

Le programme Action de l'APECA remplace deux tentatives antérieures de développement régional: le Programme de développement industriel régional (PDIR) et le Programme entreprise atlantique (PEA). Son mandat est de promouvoir la croissance économique soutenue du Canada atlantique par la mise en oeuvre de programmes de développement destinés aux petites et moyennes entreprises. Elle coordonne également les activités des ministères fédéraux pour qu'un programme unifié s'en dégage. L'APECA a l'intention de contribuer à éliminer les disparités économiques entre le Canada atlantique et le reste du pays.

Secteurs admissibles:

L'agriculture
L'industrie des services aux entreprises
Certaines industries agricoles
Les établissements commerciaux de recherche et de développement
L'industrie des services au commerce transitaire
L'industrie de l'exploitation forestière
Les industries manufacturières et de transformation
L'industrie minière et services connexes
Les industries d'entreposage et d'emmagasinage
Le secteur touristique
Les industries des services d'entretien et de réparation

(N.B. Le commerce au détail, la prise du poisson et l'exploitation agricole figurent parmi les secteurs nommément exclus.)

Ministère du Développement économique et Tourisme

C.P. 6000
Fredericton (N.-B.)
E3B 5H1

Direction de la Petite entreprise
Téléphone: (506) 453-3890

Bureau régional de Tracadie-Sheila
Laurie Robichaud
Téléphone: (506) 395-0417

But:

La responsabilité totale du ministère est le développement des secteurs manufacturiers et transformations à l'intérieur de l'économie du Nouveau-Brunswick. Les principaux objectifs du ministère sont:

- de renforcer et de développer la base industrielle dans toutes les régions de la province;
- d'assurer la capacité des firmes provinciales à rester compétitives à travers l'amélioration de la productivité et de la qualité du produit;
- de diversifier la base industrielle à travers la croissance de nouveaux produits, de marchés développés et de nouvelles technologies;
- de transformer les ressources et les produits du Nouveau-Brunswick à un niveau le plus élevé possible.

Ministère du Développement économique et Tourisme

C.P. 12345
Fredericton (N.-B.)
E3B 5L3

Bureau régional de Tracadie-Sheila
Percy Mallet
Téléphone: (506) 395-0418

Programme de développement touristique

L'entente subsidiaire Canada/Nouveau-Brunswick sur le développement du tourisme procure de l'assistance financière pour trois secteurs de programmes. Les secteurs sont:

- Etudes et Planification (pour aider à planifier des projets futurs)
- Développement du produit (pour aider à construire des facilités touristiques)
- Développement du marché (pour aider à commercialiser le produit touristique)

L'assistance financière varie entre 50 et 60% des coûts qui sont éligibles. Les lignes de conduites et les formulaires de demandes sont disponibles au bureau de la C.E.E.P.

Banque fédérale de développement (BFD)

270, avenue Douglas
Bathurst (N.-B.)
E2A 1M9
Téléphone: 548-7360

But:

La Banque fédérale de développement est une corporation de la couronne qui existe pour faire la promotion et assister la plupart des types d'entreprises au Canada, soit à la période de lancement ou à un autre stage dans leur développement. Elle fait particulièrement attention aux besoins des petites et moyennes entreprises.

Services:

- Services financiers

  . prêts

    La Banque fédérale de développement offre des prêts à terme pour permettre à ses clients d'acquérir des immobilisations telles que terrains, bâtiments, matériel et outillage. Ces prêts peuvent être consentis à taux flottant ou à taux fixe pour des périodes variables. Le remboursement peut s'effectuer sur une période plus longue selon la nature du financement, les garanties et la capacité de remboursement de l'entreprise.

  . garanties de prêts
  . planification financière

- Placements bancaires

- Service d'administration/d'information

  . Guide d'autoplanification dans l'entreprise -

    Ces guides contiennent toutes les formules, tous les documents et toutes les explications dont le dirigeant d'une entreprise a besoin pour établir les plans nécessaires à une exploitation efficace (comment obtenir du financement, prévisions et mouvements de trésorerie, l'analyse des états financiers, évaluer l'achat d'une petite entreprise, crédit et recouvrement).

. Services de préparation de demandes de financement (pour projets nécessitant un financement important).
. Séminaires de gestions -

D'une journée et d'une demie-journée portant sur des sujets variés tels que la tenue de livres, l'administration du personnel, la fiscalité et les finances.

. Les publications "Votre affaire, c'est notre affaire" -

La Banque publie une série de livres de poche portant sur divers aspects de la gestion d'une petite entreprise au Canada. Au nombre des sujets traités, mentionnons le financement, la vente au détail, la gestion en hôtellerie et en restauration, et la fabrication.

Consultation au Service des Entreprises (CASE)

270, avenue Douglas
Bathurst (N.-B.)
E2A 1M9
Coordonnateur: Jean Hébert
Téléphone: (506) 548-7360

But:

CASE est un service de consultation offert aux petites et moyennes entreprises par la Banque fédérale de développement. Les conseillers sont des hommes et des femmes d'affaires à la retraite qui aident les entreprises à améliorer leurs méthodes de gestion. Cette aide peut porter sur tous les aspects de la gestion des affaires, notamment la tenue de livres, la commercialisation, la production et l'administration du personnel.

Toute entreprise qui ne compte pas plus de 75 employés peut avoir recours au service de consultation CASE, offert à un coût modique. Il n'est pas nécessaire d'être client de la BFD pour bénéficier du service CASE.

Banques à charte

Plusieurs banques à charte ont des trousses d'information qui peuvent servir aux gérants/propriétaires d'entreprises. Un profil d'une de ces trousses est énuméré ci-dessous.

La Banque Royale du Canada

- S'établir à son compte
- Comment financer votre entreprise
- La clé du succès: une bonne gestion
- Le marketing
- Planification et budgétisation
- Le contrôle des coûts directs et l'établissement des prix
- Publicité et promotion des ventes
- Comment contrôler vos investissements en stocks
- La préparation et l'analyse des états financiers
- Gestion du crédit et recouvrement
- Evaluation et contrôle des investissements
- Les ressources du passif
- Planifier sa succession
- L'achat d'une franchise
- Les profits
- La vérification de gestion
- L'utilisation rationnelle du temps

Chambres de Commerce

Une chambre de Commerce est une organisation à but non-lucratif qui rassemble les entreprises et les professionnels de tous les segments de la communauté au niveau du commerce et de l'industrie. Les Chambres sont d'excellentes sources de contact et d'information en ce qui concerne les communautés d'affaires locales.

Liste des Chambres de Commerce de la Péninsule:

- Chambre de Commerce de Bertrand
  R.R. #1, Boite 7, Site 11
  Bertrand (N.-B.)
  E0B 1J0
  Président: Yves R. Thériault
  Téléphone: 727-0101

- Chambre de Commerce de Caraquet
  C.P. 3156
  Caraquet (N.-B.)
  E0B 1K0
  Secrétaire: Martin-J. Légère
  Téléphone: 727-4970

- Chambre de Commerce d'Inkerman
  C.P. 81
  Inkerman (N.-B.)
  E0B 1S0
  Secrétaire: Charles Mazerolle
  Téléphone: 336-9182

- Chambre de Commerce de Lamèque
  C.P. 113
  Lamèque (N.-B.)
  E0B 1V0
  Président: Médard Noël
  Téléphone: 336-8444

- Chambre de Commerce de Maisonnette
  C.P.
  Maisonnette (N.-B.)
  E0B 1X0
  Président: Yves Godin
  Téléphone: 727-2521

- Chambre de Commerce de Néguac
  C.P. 106
  Néguac (N.-B.)
  E0C 1S0
  Président: Léo Comeau
  Téléphone: 776-8315

- Chambre de Commerce de Rivière-du-Portage
  C.P. 127
  Rivière-du-Portage (N.-B.)
  E0C 1Y0
  Président: Gilles Haché
  Téléphone: 395-2348

- Chambre de Commerce de St-Raphaël/Pigeon Hill
  C.P. 117
  St-Raphaël-sur-Mer (N.-B.)
  E0B 2N0
  Président: Humbert Savoie
  Téléphone: 344-8254, 336-2329

- Chambre de Commerce de Saint-Simon Inc.
  Site 4, Boite 2
  Saint-Simon (N.-B.)
  E0B 1L0
  Président: Hédard Albert
  Téléphone: 727-6531

- Chambre de Commerce de Shippagan
  C.P. 474
  Shippagan (N.-B.)
  E0B 2P0
  Présidente: Odette Paquet
  Téléphone: 336-2306

- Chambre de Commerce de St-Isidore
  C.P. 100
  St-Isidore (N.-B.)
  E0B 2L0
  Président: Paul Haché
  Téléphone: 358-2787

<u>Firmes comptables de la Péninsule</u>

Bourque et Haché	Caraquet	727-4429
Calixte Chiasson	Lamèque	344-8108
Suzanne Cormier, C.G.A.	Caraquet	727-4585
Gestion Inkerman Inc.	Inkerman	336-2630
Gionet et Paulin Comptabilité	Caraquet	727-2028
Losier, Doiron et Larocque	Shippagan	336-4705
Losier, Doiron et Larocque	Tracadie	395-3359
Gilbert W. Chiasson	Shippagan	336-9459

Librairies

On oublie bien souvent cette source d'information gratuite qui couvre tous les aspects de la commercialisation.

Soyez certain de consulter:

- livres
- périodiques et/ou journaux commerciaux
- magazines
- journaux

Information sur la réglementation et demande de licence

1. Ministère de la Justice

Affaires corporatives et fiduciaires
348, rue King
C.P. 6000
Fredericton (N.-B.)
E3B 5H1
Directeur: Betty Robichaud (506) 453-2703

Ce ministère administre les incorporations provinciales, etc. Toutes sociétés en nom collectif et n'importe quelle personne ou corporation qui font affaires sous un nom autre que le nom de la corporation ou personne doivent enregistrer le nom de l'entreprise.

Pour s'enregistrer:

1) Cherchez et réservez votre nom de société en nom collectif ou d'entreprise.

2) Obtenez un formulaire au bureau du Registraire ou des Affaires corporatives et fiduciaires, C.P. 6000, Fredericton (N.-B.) E3B 5H1

3) Complétez le formulaire et signez-le. Envoyer le formulaire rempli et le montant de cotisation stipulé sur le formulaire aux Affaires corporatives et fiduciaires. (N.B. Les sociétés en nom collectif doivent signer un affidavit).

4) Les Affaires corporatives et fiduciaires vous enverra une copie enregistrée par courrier.

2. Consommation & Corporation Canada

Bureau régional
Suite 1500
1489, rue Hollis
Halifax (N.-E.)
B3J 3M5
Téléphone: (902) 426-6080

Le bureau des Affaires corporatives et fiduciaires peut vous fournir des conseils sur l'incorporation fédérale ainsi que de l'information concernant les brevets, les marques, les droits d'auteur et les modèles industriels.

La liste qui suit énumère quelques publications disponibles à ce ministère.

- Trousse d'information pour clients (un guide étape par étape vers l'incorporation fédérale)
- Marques: Questions et Réponses
- Droits d'auteur: Questions et Réponses
- Brevets: Questions et Réponses
- Modèles industriels: Questions et Réponses

Ministère de l'Enseignement supérieur et du Travail

470, rue York
C.P. 6000
Complex Chestnut, 2ième étage
Fredericton (N.-B.)
E3B 5H1
Téléphone: 453-2725 (Normes d'emploi)
453-3818 (Création d'emploi)
1-800-442-9438 (Interurbains sans frais)

Contactez les Normes d'emploi pour:

- salaire minimum
- heures supplémentaires
- indemnité de vacances
- primes de départ

Contactez la direction de Création d'emploi pour l'information sur les programmes de stimulation disponible aux employeurs.

Revenu Canada - Impôt

Bureau de Bathurst
Renseignements généraux - appels locaux - 548-7100
Tous les autres communiquant avec Bathurst 1-800-561-6104

Demandes de renseignements concernant
les retenues sur la paie 1-800-222-8472

Pour information concernant les déductions à la source des employés, téléphonez et demandez pour une Trousse d'employeur et formulaire. Complétez le formulaire, pour obtenir un numéro de taxe de vente (numéro de l'employeur) qui sera enregistré avec Régime de pensions du Canada et l'Assurance-chômage. Des tables de déductions vous seront envoyées par la poste. (N.B. Ne faites ceci que si vous avez l'intention d'embaucher des employés.)

Revenu Canada - Accise

C.P. 6865, Station A
189, rue Prince William
2e étage
Saint Jean (N.-B.)
E2L 4S3
Téléphone: 452-3000 (relie avec Saint Jean)

Est surtout d'intérêt aux manufacturiers et transformateurs qui ont besoin d'un permis de taxe de vente fédérale et qui doivent remettre une déclaration de la taxe fédérale sur les ventes. Ce Ministère administre le remboursement des droits d'accise sur l'essence et le rabais de la taxe fédérale sur les carburants.

Commission des accidents du travail

C.P. 160
1, rue Portland
Saint Jean (N.-B.)
E2L 3X9
Téléphone: 632-2200
1-800-222-9645

Cette commission administre un plan de protection pour les employés et les employeurs. La législation courante stipule que tout employeur qui emploie 3 personnes ou plus (que ce soit à temps partiel ou à temps plein) doit être enregistré avec la Commission.

Ministère des Municipalités, Culture et Habitation

C.P. 6000
Fredericton (N.-B.)
E3B 5H1
Téléphone: 453-3001

Urbanisme:	T.J. Jellinek 453-2171
Services aux municipalités:	Terry Youngblood 453-2838

Ministère de l'Environnement

Téléphone: 453-2558

Services de l'environnement:	Dr. David Besner 457-7225
Lutte contre la pollution:	David Silliphant 457-4848
Planification de l'utilisation de l'eau:	Dr. Nabil D. Elhadi 457-4844

Il y a plusieurs bureaux à l'intérieur de ce ministère: évaluation, urbanisme, prévôt des incendies, etc... Les services aux régions non-incorporées sont administrés par le bureau des services aux municipalités.

Corporation d'information géographique du N.-B.

Bureau régional
161, rue Main
Bathurst (N.-B.)
E2A 1A6
Directeur: Joseph A. Cormier
Téléphone: 547-2734

Tous les renseignements sur les activités d'information géographique de base à l'intérieur du comté de Gloucester sont gardés à cet endroit.

Information - Taxe sur les produits et services (T.P.S.)

Bureau de l'accise - T.P.S.
1600, rue Main
1er étage
C.P. 1070
Moncton (N.-B.)
E1C 8P2
Téléphone: (506) 851-3727
1-800-561-6656

Références

1 McCarthy et Shapiro, "Basic Marketing", 1979, Irwin-Dorsey Ltd., Georgetown, Ontario, p. 7-8.

2 Drucker, Peter F., "Management: Tasks, Responsibilities, Practices", 1973, Harper & Row Publishers, New York, NY, p. 64-65.

3 McCarthy et Shapiro, "Basic Marketing", 1979, Irwin-Dorsey Ltd., Georgetown, Ontario, p. 7-8.

4 Ibid, p. 35.

5 Osgood, William R., "Basics of Successfull Business Planning", 1980, Amacon, New York, NY, p. 71.

6 Ministère du Commerce et de la Technologie, "Guidelines for Developping Your Business Plan", 1985, Department of Commerce and Technology, Fredericton, N.B.

7 Archer et White, "Starting and Managing Your Own Small Business", 1978, MacMittan Company of Canada, Toronto, Ontario, p. 90.

8 Banque de Montréal, "Managing Your Bank Manager", de la série "Small Business Problem Solver", Banque de Montréal, p. 7.

QUI SOMMES-NOUS?

Les services dispensés au public par la "Commission d'expansion économique de la Péninsule Inc." est une gracieuseté des municipalités incorporées suivantes:

BAS-CARAQUET
CARAQUET
LAMÈQUE
NÉGUAC
STE-MARIE-ST-RAPHAËL
SHIPPAGAN
BERTRAND
GRANDE-ANSE
PAQUETVILLE
SHEILA
TRACADIE

Notre mandat comprend:

- ★ Informations et consultations aux personnes d'affaires.
- ★ Favoriser la croissance économique de la région, en identifiant et poursuivant les priorités de développement régional susceptibles de répondre aux contraintes et opportunités de développement.
- ★ Assurer une liaison entre la région et les gouvernements.

506 395 2261
Sans frais 1 800 561 2263
FAX 506 395 2263